

Turistične gozdne poti in varstvo narave
(posvet, Pocarjeva domačija, Radovna, 22. september 2004)

dr. Marko Koščak *

TURISTIČNE GOZDNE POTI KOT TURISTIČNI PRODUKT IN NJIHOV POMEN ZA RAZVOJ PODEŽELJA

Povzetek

Pričujoči prispevek ima namen predstaviti nekaj izhodišč in pomen turističnih gozdnih poti, kot enega od možnih segmentov turističnega razvoja na podeželju. Kot je znano, sega pojem „*trajnostni razvoj*“, kamor lahko prištevamo tudi aktivnosti povezane z gozdnimi učnimi potmi oziroma prostorom v katerem jih lahko ponujamo, v 19. stoletje in se je najprej pojavil na področju gozdarstva.

Prva znamenja ekološko usmerjene miselnosti v turizmu segajo v šestdeseta leta prejšnjega stoletja. Nastal je ekološki turizem, ki je bil razumljen kot oblika potovanja, sprejemljiva v okoljskem in socialnem oziru. „*Ekoturizem pomeni potovanje v naravna območja, ki odgovorno varuje naravo in spodbuja blaginjo lokalnega prebivalstva.*”

Gozdne učne poti predstavljajo primerno možnost za obogatitev ponudbe podeželskih turističnih proizvodov. Lahko jih tržimo samostojno, vendar je večja možnost njihove vključitve v ponudbo, če so del širše oziroma celostne ponudbe določenega prostora. Prav gotovo pa je ključno vključevanje lokalnega prebivalstva, kamor lahko štejemo tudi strokovne institucije, kot tudi tiste, ki lahko kvalitetno pripravijo vsebinski del ponudbe. Nenazadnje je osnovni namen spodbujanja tovrstne ponudbe ekonomski, socialni in okoljski razvoj določenega okolja, v katerem se ponudba razvija. Pri tem pa je pomembno sodelovanje vseh treh segmentov vsake, bodisi lokalne, bodisi širše skupnosti, torej tako javnega, zasebnega kot nevladnega sektor. Pri tem je kvaliteta sodelovanja med njimi ponavadi tudi merilo uspeha in uveljavitve ponudbe na in ob poti, kot tudi uspešnost trženja ostalih turističnih proizvodov v okolju nasploh.

Ključne besede: gozdne učne poti, razvoj podeželja, partnerstvo, trajnostni razvoj, turistični produkt

***dr. geografskih znanosti, vodja projekta Po poteh dediščine Dolenjske in Bele krajine**

Zgodovinski razvoj in definicije

Od turizma, zavezanega naravi ...

Prvega turista, ki je živel v harmoničnem odnosu z naravo, odkrijemo pred več kot 2000 leti v starogrški družbi: to je bil Herodot, ki je na svojih dolgih potovanjih plul po Črnem in Egejskem morju ter obiskal Egipt in Italijo. Njegova dela pričajo o tem, da se je zanimal za geografske in naravoslovne vede in ne le za zgodovino. V daljne dežele so pogosto potovali tudi drugi filozofi, eden od njih je bil tudi Aristotel, ter raziskovali naravo. Marco Polo in številni drugi udeleženci ekspedicij so svetu zapustili žive opise „novoodkritih“ dežel. Prav tako so tudi raziskovalci novejšega časa, npr. Georg Forster, Alexander von Humboldt, James Cook ali pa Charles Darwin, potovali v te daljne dežele in opisovali tamkajšnjo naravo in kulturo. Popotniki so bili neobičajne osebnosti in so izstopali iz svojega okolja. Naravoslovne odprave so kmalu začele postajati priljubljena oblika preživljanja prostega časa, pravi razvoj pa so doživele šele konec 19. stoletja, ko je prišlo do prvega razmaha množičnih potovanj (CEBALLOS-LASCURAIN, 1996).

Svetovna potovanja niso bila več izključni privilegij elitnih premožnejših slojev šele od srede 20. stoletja. Danes je tehnološka revolucija v transportu in množični komunikaciji tista prvina, ki vedno večjemu številu ljudi omogoča, da iz najrazličnejših koncev sveta potujejo v oddaljene in nekdanj nedosegljive kraje.

... do ekoturizma

Prva znamenja ekološko usmerjene miselnosti v turizmu segajo v šestdeseta leta prejšnjega stoletja. Nastal je ekološki turizem, ki je bil razumljen kot oblika potovanja, sprejemljiva v okoljskem in socialnem oziru. „*Ekoturizem pomeni potovanje v naravna območja, ki odgovorno varuje naravo in spodbuja blaginjo lokalnega prebivalstva.*“ (TIES, 1991).

Nekako od leta 1990 dalje so tovrstni tematiki začeli namenjati več pozornosti tudi v nemškem jezikovnem prostoru. Spremembe v družbi so zahtevale večjo okoljsko osveščenost, v turizmu pa so poskrbele za pravi razmah ekologije. Skovana so bila nova poimenovanja - alternativni, zeleni, „*low impact*“ ali podeželski (agro) turizem, ki se sicer uporabljajo namesto pojma „ekoturizem“, se pa niso uveljavila v enaki meri.

V pripravah na mednarodno leto ekoturizma je enotno definicijo ekoturizma pripravila tudi Svetovna turistična organizacija (World Tourism Organisation - WTO):

„*Enotne definicije ekoturizma sicer ni, vendar pa je mogoče njegove splošne značilnosti povzeti v naslednjih točkah:*

- 1. pomeni vse sonaravne oblike turizma, pri katerih je glavna motivacija turistov opazovanje in uživanje tako narave kakor tudi tradicionalnih kultur zlasti v naravnih okoljih;*
- 2. vključuje vzgojno-izobraževalne in predstavitvene dejavnosti;*
- 3. ekoturistične izlete in potovanja v glavnem, ni pa to pravilo, organizirajo za manjše skupine turistov specializirana, manjša turistična podjetja na lokalni ravni, lahko pa jih v*

glavnem za majhne skupine prirejajo, vodijo in/ ali tržijo tudi tuja turistična podjetja različnih velikosti;

4. zmanjšuje negativne vplive na naravno in socialno-kulturno okolje;

5. podpira varstvo naravnega okolja z:

- ustvarjanjem gospodarskih koristi za lokalne skupnosti, organizacije in upravne organe, ki upravljajo z naravnimi območji in jih ohranjajo;
- ustvarjanjem dodatnih možnosti zaposlovanja, s tem pa zaslužka za lokalne skupnosti;
- oblikovanjem zavesti o ohranjanju naravnih in kulturnih dobrin tako pri domačem prebivalstvu kot pri turistih.

Sklepna ugotovitev razprave o opredelitvi novih pojmov je spoznanje, da je vsaka celina razvila svojo interpretacijo ekoturizma. V Evropi ta pojem obsega poleg redke, prave naravne tudi (tradicionalno) kulturno krajino. To pa pomeni, da lahko v to kategorijo štejemo celoten gozdni prostor, ki je v Sloveniji izjemno širok in pester in ponuja izjemne priložnosti za razvoj novih turističnih produktov.

... in trajnosti v turizmu

Kot je znano, sega pojem „trajnostni razvoj“ v 19. stoletje. Najprej se je pojavil na področju gozdarstva. Komisija Združenih narodov za okolje in razvoj je leta 1987 v t.i. Brundtlandovem (glej: Prim. Gro Harlem Brundtland, predsednica vlade: Report. Our Common Future) poročilu z angleškim izrazom „*sustainable development*“ definirala in sprejela idejo trajnostnega razvoja:

„Trajnostni razvoj je razvoj, ki omogoča zadovoljevanje potreb sedanjih generacij, ne da bi pri tem ogrozil možnosti prihodnjih generacij za zadovoljevanje njihovih potreb.“

Razvojna zasnova, ki jo vsebuje gornja definicija, je leta 1992 na Konferenci Združenih narodov o okolju in razvoju (UNCED) v Rio de Janeiru postala zavezujoča usmeritev na poti k uresničevanju splošnega ekološkega, socialnega in gospodarskega razvoja za več kot 170 držav. Kasneje so jo s poudarkom na različnih osrednjih temah sprejele tudi številne organizacije, ki delujejo na področju turistične politike.

V dokumentu, v katerem so predstavljena stališča nemških okoljskih in razvojnih organizacij (CSD Nemčija) in ki je bil predložen leta 1999 na 7. konferenci Komisije Združenih narodov za trajnostni razvoj (CSD) v New Yorku, lahko preberemo naslednjo definicijo, ki izhaja iz Agende 21:

„Trajnostni turizem sledi načelom Deklaracije iz Ria o okolju in razvoju ter priporočilom Agende 21. Uresničevati ga je treba skladno z zahtevami pomembnejših mednarodnih sporazumov in izjav. Izpolnjevati mora kriterije o socialni, kulturni, ekološki in gospodarski ustreznosti. Trajnostni turizem je dolgoročno naravnan ter glede na današnje in prihodnje generacije etično in socialno primeren ter kulturno prilagojen, ekološko nosilno sposoben kakor tudi ekonomsko smisel in donosen.“

Ali se bodo trajnostni pristopi, kot smo jih zasnovali danes, resnično izkazali za „trajnostno koristne“ tudi čez 25 let, še ni mogoče reči. Problem obstaja prav v spoznanju, da moramo definirati nekaj, kar se bo pokazalo šele v prihodnosti. Prav gotovo gre za zelo obetaven pristop, ki pri načrtovanju sedanje turistične dejavnosti, ki

naj bi bila okoljsko in socialno primerna ter gospodarsko donosna, upošteva tudi bodoče generacije. Po drugi strani pa je *trajnostni razvoj* realno le težko določljiv dejavnik in ga je enoznačno težko doumeti. V večji meri gre prej za v prihodnost usmerjena prizadevanja kot pa za trden načrt. Vsebinsko bo treba občasno opredeliti na novo in futurologi se bodo morali naučiti, da je treba upoštevati nepredvidljive dejavnike.

Seveda je jasno, da 'ekoturizem' sam po sebi še ni v nikakršni povezavi s trajnostnim razvojem. Zasnova ekološkega turizma se vse preveč osredotoča na naravne prostore, premalo pozornosti namenja ljudem, prebivalstvu. In premalo upošteva energijo prometa in s tem povezane uničujoče učinke na podnebje. Zato je treba tudi razumeti in podpirati zahteve po 'sonaravnem ekoturizmu', ki so prisotne v različnih točkah političnih razprav.

OBLIKOVANJE TURISTIČNIH PRODUKTOV NA PODEŽELJU....

Ob analizi različnih razvojnih programov lokalnega razvoja v Sloveniji lahko ugotovimo, da je skoraj pri vsaki posamezni razvojni strategiji eden od ključnih razvojnih dejavnikov (ki so ga tudi lokalni prebivalci navedli kot enega izmed prioriteten), ravno razvoj turizma na podeželju. Seveda lahko turizem pripomore k regeneraciji podeželskega in obmejnega prostora obravnavanega območja, vendar je pri tem potrebno imeti pred seboj določeno razumevanje možnosti in realnosti razvoja te panoge, ki pa je v tesni povezavi z ostalimi dejavnostmi v prostoru.

Gledano z vidika zadovoljevanja osnovnih funkcij »živeti v skupnosti«, »stanovati«, »delati«, »se oskrbovati«, »se izobraževati« in »preživljati prosti čas«, lahko razvoj na podeželju in vzporedno s tem razvoj dopolnilnih dejavnosti v tem prostoru razumemo kot zadovoljevanje nekaterih od zgoraj naštetih funkcij. S stališča kmeta oziroma ponudnika gre za zadovoljevanje funkcije »delati«, ki neposredno vpliva na funkcije »stanovati« (in s tem povezano »živeti v skupnosti«), »se oskrbovati« in se »izobraževati«, saj z ekonomskega vidika materialno zagotavlja uresničevanje teh funkcij. Če gremo še korak dalje, potem gre tudi za zadovoljevanje funkcije »preživljati prosti čas«, saj lahko uspešno udejanjanje funkcije »delati« zagotavlja tudi uresničevanje funkcije »preživljati prosti čas«. Po drugi strani pa s stališča povpraševanja oziroma konzumenta te ponudbe lahko govorimo o zadovoljevanju funkcije »preživljanje prostega časa« in v posrednem smislu tudi funkcije »se izobraževati«. Lahko ugotavljamo, da to velja bolj za individualnega ponudnika in individualnega konzumenta te ponudbe.

Oblikovanje posameznih »proizvodov« oziroma lokalnih območij, primernih za zadovoljevanje funkcije »preživljanje prostega časa«, predstavlja zelo zahteven proces. To velja še posebej zato, ker gre za prebivalstvo na podeželju, kjer razen redkih izjem ni tradicije, znanja in izkušenj za izvedbo tako zahtevnih razvojnih procesov. Zato je osnovna izkušnja, ki je bila pridobljena tako iz analize tujih primerov kot tudi terenskega proučevanja, ta, da se posamezna lokalna skupnost (če vzamemo kot izhodišče, da je v našem primeru lokalna skupnost enota občine) zelo težko »spopade« z vsemi izzivi, ki jih zahteva sodobno načrtovanje turizma na podeželju. Elementi, ki so potrebni za učinkovit razvoj, marketing in promocijo lokalnega turističnega proizvoda na podeželju ali kjerkoli drugje, so namreč izredno zahtevni, tako strokovno kot tudi organizacijsko in finančno. Ponavadi nam še uspe razviti posamezen turistični proizvod, ko pa ga želimo predstaviti tržišču, nam zmanjka znanja, zadovoljivega vodenja in upravljanja ter tudi

sredstev. Tako se je pokazalo, da je edina smiselna rešitev v povezovanju posameznih lokalnih proizvodov v širši regijski turistični proizvod, ki ga je na tržišču možno ustrezno promovirati in tržiti. Oblikovanje ustreznega združenja oziroma partnerstva pri upravljanju in vodenju strategije razvoja takega regionalnega turističnega proizvoda je ključna in odločilna faza takega projekta. Če ni pripravljenosti za sodelovanje, potem še tako dobro definiran in pripravljen turistični proizvod ne bo doživel ustreznega ekonomskega učinka v lokalni skupnosti, kar pa je osnova in ključ za ohranjanje poseljenosti podeželskega prostora ter dvig kvalitete življenja lokalnega prebivalstva.

Po drugi strani pa se moramo zavedati, da primarni dejavnosti t.j. **kmetijstvo in gozdarstvo, še vedno ostajata najpomembnejša aktivnost podeželskega prostora. Le ob uspešnem razvoju tako kmetijstva kot tudi gozdarstva se lahko uspešno razvijajo ostale dopolnilne dejavnosti, kot so turizem, drobna obrt, podjetništvo in ostali segmenti gospodarskega razvoja podeželskega in obmejnega prostora.** Turizem bo še posebej tesno povezan s kmetijstvom in z vlogo, ki jo ta gospodarski sektor trenutno ima in to bo imel tudi v prihodnje. Ne glede na to, da proizvodna funkcija kmetijstva nezadržno upada in izgublja pomen in se bodo razmere na tem področju v luči približevanja EU še bolj drastično zaostrile, pa ima kmetijstvo pomembno vlogo pri varovanju in oblikovanju kulturne krajine. Brez ljudi, kmetovalcev, pa naj gre za čisto ali polkmečko strukturo, ne bo več možno varovati in ustvarjati pogojev za privlačno kulturno krajino, ki je osnovni element turistične ponudbe podeželja. Zato je ključno, da se v fazi tranzicije razvojni procesi, ki vplivajo na preobrazbo slovenskega podeželja (v našem primeru pa še dodaten negativen vpliv novonastale državne meje), odvijajo v smeri ohranjanja poseljenosti podeželskega prostora in še posebej obmejnega. To pa pomeni zagotovitev takih pogojev, ki bodo privlačni za lokalne prebivalce, da bodo ostali v tem prostoru, opravljali svoje delovne in ostale življenjske aktivnosti na način, ki bo omogočal razvoj in uvajanje novih dejavnosti v prostor, pri čemer lahko turizem igra eno od pomembnejših vlog. Ena od ključnih ugotovitev za slovensko podeželje je tudi, da je bilo le-to tradicionalno vezano na različne možnosti in vrste dohodka. Tako nikoli ni bilo povsem odvisno samo od kmetijstva, ampak se je lokalno prebivalstvo ukvarjalo z različnimi vrstami dopolnilnih dejavnosti, ki so tako ali drugače zagotavljale primerno življenjsko raven. Tako tudi v sklopu razvojnih procesov in preobrazbe slovenskega podeželja velja, da ima lokalno prebivalstvo sicer relativno nizko izobrazbeno strukturo, če jo gledamo skozi prizmo formalne šolske izobrazbe, vendar še vedno zelo »široke« in večfunkcijske prilagoditvene sposobnosti za opravljanje najrazličnejših dopolnilnih dejavnosti. Ob primernem dodatnem izobraževanju in prestrukturiranju lahko današnji uslužbenci in delavci - polkmečka struktura - postanejo kvalitetna delovna sila tudi za potrebe turistične dejavnosti na kmetiji ter za izvajanje aktivnosti, ki so s tem povezane (lokalni vodiči, animatorji, izvajalci gostinsko-servisnih aktivnosti itd.).

Seveda pa mora biti razvoj turističnih aktivnosti usklajen in načrtovan skladno z realnimi možnostmi in sprejemljivostjo fizičnih, ekonomskih in socialnih elementov okolja, v katerem se preobrazba oziroma uvajanje novih gospodarskih dejavnosti dogaja. Pri tem je predvsem pomembno, da je razvoj uravnotežen, saj le tako zagotavlja dolgoročno izkoriščanje in uporabo lokalnih potencialov in pri tem njihovo varovanje za prihodnje generacije. Da pa bo razvoj uravnotežen, je potrebno upoštevati tudi mejne zmogljivosti

v okolju; te se lahko kažejo v obliki fizično-ekoloških, sociodemografskih in politično-ekonomskih parametrov. Proces, ki te parametre uporablja, imenujemo koncept presoje sprejemljivosti okolja in ga je potrebno uporabiti pri načrtovanju razvoja kateregakoli območja, še posebej pa takega, kot je obravnavano, ki je po eni strani izredno bogato z naravno in kulturno dediščino, po drugi strani pa izredno ranljivo.

Ta koncept je uporabljan kot ena od glavnih tehnik za načrtovanje turizma, rekreacije in managementa. Njen osnovni namen je določitev zgornjih limitov razvoja, to je optimalne uporabe resursov za turistični namen. V praksi obstaja veliko primerov, kjer se presoja sprejemljivosti okolja ni izvedla, posledice pa so seveda zelo očitne v obliki degradacije okolja, naravnih in kulturnih atrakcij in s tem oslabitve turističnega trga gostitelja. Zelo jasno je tudi, da neomejeno prosto načrtovanje negativno vpliva na okolje in direktno na zanimanje turističnega trga za določene destinacije.

Vključevanje presoje sprejemljivosti okolja (PSO) v turistično načrtovanje in njegov management je torej postalo nuja in eden od ključnih kriterijev za formulacijo turističnih načrtov na vseh nivojih. Pozitivne učinke tega načrtovanja bosta občutila oba družbena sektorja, tako javni kot tudi privatni.

a) Parametri presoje spremenljivosti okolja (Vir: WTO, 1993)

- **Fizično-ekološki parametri** se nanašajo na vse statične in dinamične komponente naravnega okolja kot tudi infrastrukturnih sistemov, ki so najtesneje povezani z naravnimi resursi. Statične komponente so tako npr. ekološka sprejemljivost, sprejemljivost naravne in kulturne dediščine, dolžina obale, klima ipd. Fleksibilne komponente se primarno nanašajo na infrastrukturne sisteme, kot so vodovod, kanalizacija, elektro oskrba in oskrba s plinom, promet (predvsem število cestnega prometa), javni in privatni sektor (pošta, telefon, zdravstvo, banke, trgovine in ostale servisne dejavnosti). Gre v bistvu za zagotovitev primerne standarda infrastrukture, servisnih dejavnosti in ostalih pogojev za razvoj dejavnosti v prostoru.
- **Socio-demografski parametri** se nanašajo na vse elemente v zvezi s socialnim delom okolja, kakor tudi na medsebojne relacije med lokalnim prebivalstvom in obiskovalci. Demografski elementi, ki so lažje določljivi in merljivi (delovna sila, izobrazbena struktura zaposlenih) kot socio-kulturni elementi (kulturna identiteta lokalnega prebivalstva, njihove izkušnje v turizmu itd.), igrajo enako pomembno vlogo pri vrednotenju.
- **Politično-ekonomski parametri** se nanašajo predvsem na anticipirano investiranje in ekonomske ukrepe za turistični razvoj. Ti parametri se lahko vrednotijo, kjer je to možno, predvsem z manjšim ponderanjem nasproti ostalim parametrom. Če je npr. izgradnja vodovodnega omrežja ključna ovira za razvoj turističnih aktivnosti in če je država pripravljena investirati v to brez obremenitve potencialnih investitorjev v turizem, potem je treba v smislu presoje sprejemljivosti računati s stanjem po izgradnji tega infrastrukturnega segmenta. Čeprav so na nek način politično-ekonomski parametri korekcijski faktorji fizično-ekonomskih in sociodemografskih,

lahko v nekaterih primerih predstavljajo ključni element presoje sprejemljivosti okolja. Ti parametri so tudi pomembni za popolno razumevanje razmer v lokalnem okolju in o tem, kako le-to funkcionira.

TURISTIČNE GOZDNE POTI KOT TURISTIČNI PRODUKT EKOTURIZMA – POGOJI ZA NJIHOV TRAJNOSTNI RAZVOJ IN TRŽENJE

Naslednji trije vidiki nekako opisujejo to področje ponudbe:

- kot **koncept**, ki temelji na setu t.i. »**aspiracijskih načel**«, ki turistične produkte ekoturizma izpostavljajo kot ideal oziroma težnjo/cilj za njegovo dosego kot segmenta turističnega trga
- kot **tržni segment**, ki je povezan z naravo in doživljajskim/avanturnim turizmom. Gre za tržno nišo, relativno majhno, večino povezano z malimi in srednje velikimi operaterji in skupinami. O njem obstaja malo statističnih podatkov, prav tako tovrstni produkti niso »v stanju biti« del globalnih ekonomskih in političnih sistemov, ki pogosto vodijo v dohodkovne in kapacitetne pasti masovnega turizma.
- kot **praktični laboratorij** za generiranje pionirskih idej in aplikacij, ki so potencialno uporabne v širšem turističnem smislu. Lahko ga v tem smislu imenujemo tudi kot »šolo idej in razmišljanj«

DEJSTVA

V razvitih državah so »turistični produkti ekoturizma« ena od oblik gospodarske dejavnosti (to je vsaj temeljno načelo, če že v praksi ni vedno tako), ki je manj destruktivna od ostalih gospodarskih panog ter istočasno priložnost za zaposlovanje lokalnega prebivalstva in finančni vir za upravljanje varovanih območij. Dejstvo je, da je nasploh, seveda ob upoštevanju pravih okoliščin, ekoturizem dokazal, da je eden od najbolj učinkovitih mehanizmov za zagotavljanje finančnih virov za vzdrževanje varovanih območij. To se je pokazalo predvsem v manj razvitih državah in v tistih z najbogatejšimi resursi s področja biodiverzitete.

V nekaterih državah se njihova biološka in kulturna raznolikost »uporablja« kot pomemben turistični potencial. Slovenija ima prav gotovo še veliko neizkoriščenih priložnosti, ravno tukaj in predvsem na tem področju. Istočasno pa se pokaže, da je v mnogih državah, ki imajo zelo učinkovite strategije na področju razvoja turizma, v le-teh malo oziroma nič usmeritev s področja ekoturizma.

MITI

Turistični produkti ekoturizma niso pretirano profitabilna dejavnost in to se najbrž v bližnji prihodnosti ne bo spremenilo. Vsekakor se ne more primerjati z ostalimi zvrstmi turizma v tem oziru, vsaj še nekaj časa.

Zaradi teh in ostalih razlogov, glavne in kapitalske turistične korporacije niso zainteresirane za znatne investicije v ta segment ponudbe, kar mogoče niti ni tako slabo.

Na ta način ni bojazni (v tem trenutku) za svetovni »stampedo ekoturistov«. UNESCO-vih 250 lokacij svetovne dediščine je glede števila obiskovalcev še zmeraj precej pod kritično ravnijo nosilne sposobnosti. Projekcije 20% letnega porasta povpraševanja po produktih ekoturizma se še niso uresničile (to bi pomenilo 3-5% rast celotnega turističnega prometa v svetu, kar bi v letu 2001 predstavljalo 25% delež, oziroma 165 milijonov »ekoturistov«) in se verjetno tudi ne bodo. Seveda pa ostajajo riziki na posameznih, še posebej občutljivih lokacijah.

Da bi zagotovili kar največje učinke od tovrstnih turističnih produktov in istočasno minimalizirali negativne učinke na okolje in lokalno skupnost, je bilo s strani WTO-ja predlaganih kar nekaj usmeritev in priporočil, ki veljajo tudi za delo naših institucij, pri razvoju tovrstnih turističnih produktov. Nekaj teh usmeritev je naslednjih:

- turistični produkt mora prispevati v varovanju in izboljšanju območij naravnega okolja ter k trajnostnem razvoju širšega območja in v njih živečih ljudi
- turistični produkt zahteva posebno pozornost in njemu prilagojene specifične usmeritve, strategije ter programe na nacionalnih in regionalnih/lokalnih ravneh
- turistični produkt potrebuje praktične in učinkovite sisteme koordinacije med vsemi vpletenimi akterji, vključno z vlado in resornimi ministrstvi, zasebnimi podjetniki in lokalno skupnostjo oziroma v njih živečimi ljudmi
- njegovo načrtovanje mora vključevati jasne in striktno kriterije prostorskega coniranja, vključno z rezervati najstrožjega režima, nizko in srednje dovoljeno obremenjenimi območji itd.
- prostorsko načrtovanje in kreiranje celotne infrastrukture mora biti v duhu minimiziranja vseh negativnih vplivov na naravno in kulturno okolje v katerem se izvaja
- vzpostavljeni morajo biti primerni institucionalni in legalni mehanizmi, taki, ki zagotavljajo učinkovito participacijo lokalnih skupnosti in to na področju in v fazah nastajanja usmeritev, načrtovanja, upravljanja in nadzora
- v povezavi z zgornjo alinejo, morajo institucionalni, finančni, fiskalni oziroma ostali mehanizmi in ukrepi zagotavljati, da določen delež dohodka, ki se ustvari s trženjem turističnih produktov ostane v lokalni skupnosti oziroma je namenjen izvajanju varovalnih ukrepov
- pomembno je, da ustvarjanje »produktov ekoturizma« animira lokalno podjetništvo, da se vključuje s svojo ponudbo in s tem zaokrožuje celovito ponudbo območja
- vsi partnerji vključeni v procese trženja, se morajo zavedati in sprejeti ustrezne ukrepe, ki bodo zagotavljali, da se stroški za sanacijo morebitnih negativnih učinkov že od samega začetka načrtujejo v finančnem načrtu delovanja partnerstva
- v primerjavi s »splošnim turizmom« mora biti regulativa za izvajanje in trženje »produktov ekoturizma« strožja in striktnejša
- uvedbi se mora sistem certificiranja in nadzora akterjev oziroma partnerjev, ki nudijo svoje usluge v obliki »produktov ekoturizma«
- izobraževanje in usposabljanje sta predpogoj za trajnostni razvoj »produktov ekoturizma« in njegovo uspešno upravljanje

- tisti, ki »konzumirajo produkte ekoturizma« morajo biti in potrebujejo detaljne informacije pred in med potovanjem (najsibo v obliki, brošur, vodnikov, zložen, načrtov, interpretacijskih centrov, muzejev, označenih poti...)
- promocijski material, ki nudi produkte »ekoturizma«, mora (naj bi) vsebovati dovolj informacij o vseh potencialnih vsebinah, ki bi obiskovalca zanimalo, vključno z detajli o flori in favni, geologiji in ekosistemu nasploh. Prav tako je pomembna resnična in realna informacija o možnosti prenočevanja in prehranjevanja, kakor tudi to kar je zaželeno ali pa prepovedano na destinaciji obiska. To je potrebno zaradi kredibilnosti operaterja, ki ponuja »produkte ekoturizma« in v izogib zlorabam tistih, ki želijo preprosto ponuditi nekaj »trendovskega«
- tako marketinški kot promocijski ukrepi za »produkte ekoturizma« naj bodo skladni z zvrstjo turistične ponudbe, ki jo ekoturizem predstavlja

IZZIVI ZA DELOVANJE VSEH AKTERJEV, KI SI PRIZADEVAJO ZA RAZVOJ EKOTURIZMA

Glavni izzivi za delo **vseh nosilcev turistične ponudbe in tudi turističnih društev kot akterjev na lokalni ravni** v prihodnje na tem področju so:

- omogočiti prenos tehnologije in izkušenj (mobilnost, spodbujanje razvoja SME's, javna/zasebna partnerstva, koncesije, upravljanje v varovanih območjih, participativno načrtovanje, marketing) na področju ekoturizma v ostala območja, kjer so šele na začetku razvoja tovrstnih produktov
- spodbujati in omogočiti razvoj in trženje lokalno vodenega ekoturizma oziroma njegovih produktov skozi učinkovit marketing in sistem rezervacij ter dvigovanje kvalitete in standarda produkta
- koordinirano usmerjati investicije v ekoturizem, izdelati usmeritve za vodenje projektov ter izognitev pasti in problemov (študije upravičenosti vlaganja, raziskave tržišča, podjetniške kapacitete, iskati vire zasebnega kapitala za zapiranje finančnih konstrukcij)
- oblikovati in izvajati standarde poslovanja in kakovosti, kar naj vodi k sistemu certificiranja in akreditiranja
- prenašati »primere dobre prakse« v ostala okolja, še posebej na področju načrtovanja rabe tal, načrtovanje in nadzora posegov v prostor itd.
- izboljšati učinkovitost in s tem dohodek na lokalni ravni z izgradnjo (usposabljanjem in izobraževanjem) kadrov ter
- prepričati prostovoljce da postanejo profesionalci...

Skupaj z ostalimi institucijami in posamezniki v lokalnih okoljih, velja delovati v naslednjih okvirih in področjih **za boljše in učinkovitejše trženje tovrstnih turističnih produktov**:

- razvijati oziroma sodelovati pri razvoju produktov, ki omogočajo bivanje oziroma spoznavanje narave (npr. različni vodeni izleti v naravo, trekingi, foto-izleti)
- ponuditi možnosti za spoznavanje ekoloških, kulturnih in zgodovinskih zanimivosti določenega okolja (npr. z nudenjem skupinskih vstopnic kot "paketa" za ogled teh zanimivosti, z organizacijo primernih prevozov)
- pripraviti pakete ponudbe za prenočevanje z ogledi "produktov ekoturizma" v tem okolju (npr. na turističnih kmetijah, hotelih, ki nudijo "koncept produktov ekoturizma", itd.)
- paziti, da produkti, ki jih nudijo kot "ekoturizem" spoštujejo kvaliteto okolja v katerem jih nudimo, da zagotavljajo socialno kompatibilnost tega okolja (npr. da obiskovalci ne motijo domačinov itd), da zagotavlja ekonomsko kompatibilnost, da so kulturno senzibilni, da obiskovalce motivirajo k odgovornosti za tisto kar počnejo v okolju gostiteljev in da so usklajeni z nosilno zmogljivostjo naravnega okolja
- prizadevati si, da usmeritve na lokalni ravni postanejo del širših, regionalno usmerjenih konceptov
- pripraviti ponudbo za ciljno tržišče (po raziskavah gre za skupine, ki so v starosti med 30 in 60 let, imajo višjo izobrazbeno raven in redni dohodek, živijo v urbanih okoljih oziroma večjih mestih, preferirajo rekreacijo in aktivni oddih, želijo spoznati in izkusiti nove destinacije in kulturno krajino (naravno in kulturno dediščino le-te), bežijo od skomercializiranih ali preveč obljudenih turističnih destinacij, niso preveliki potrošniki, izberejo počitnice v ne predragem cenovnem razredu, preferirajo manjša mesta in podeželje ter ponavadi bivajo na območju od sedmih do štirinajstih dni)
- ponuditi pravočasne in realne informacije ciljnim skupinam o tem kaj lahko "dobijo in doživijo na izbrani destinaciji", kar vključuje dober informacijsko-servisni center, ki je primerno kadrovsko zaseden in na primerni strokovni ravni (dajanje informacij v večih jezikih)
- spodbujati nastajanje in razvoj projektov od "spodaj navzgor" pri čemer TD in njihovi člani delujejo kot nosilci in motivatorji
- v svojem okolju sodelovati in animirati za organizacijo izobraževanja in usposabljanja vseh akterjev, ki že delujejo na področju ekoturizma in k temu privabiti nove zainteresirane ponudnike
- ponuditi lokalno izdelane in pripravljene produkte, ki so razviti iz lokalnih znanj in spretnosti, tradicije, običajev, načina dela in življenja tamkajšnjih ljudi

ZAKLJUČEK

Velja usmeritev in prepričanje, da gre za dolgoročni in trajnostni koncept, ki lahko, predvsem v sodelovanju med posameznimi partnerji javnega, zasebnega in nevladnega sektorja, pomeni priložnost za oblikovanje širših, regijskih konceptov in njihove prepoznavnosti kot "eko-regije" oziroma "eko-destinacije". Za doseg tovrstnih ciljev si velja prizadevati tudi v Sloveniji, saj je iz vidika biotske raznolikosti, ohranjenosti kulturne krajine, naravne in kulturne dediščine itd., prav gotovo ena od dežel z velikim potencialom za razvoj "produktov ekoturizma", katerih pomemben element so tudi gozdne učne poti. Turistična društva so v tem procesu eden od ključnih akterjev in prav

gotovo kamen v mozaiku, ki lahko Slovenijo predstavi tudi in predvsem kot "ekoturistično" destinacijo.

Pravi popotnik je tisti, ki idoč skozi prostor,
neopazen in tih
ne dvigne niti delčka prahu

(kitajski pregovor)